Tableau comparatif sur les réseaux sociaux : leviers, effets et objectifs

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Réseau social | Leviers | Effets sur l’individu | Objectifs pour l’entreprise |
| Tinder | Sentiments de jeu, de gain  La récompense esthétique  La récompense aléatoire  L’élo score : chaque personne a une note cachée qui lui permet de voir d’autres personnes du même score | Création de dopamine  L'être humain cherche toujours à gagner même quand c’est déjà le cas | Faire rester les gens sur l’appli grâce à l’elo score, donc on paye pour être plus visible |
| Facebook | Partager du contenu  Se faire des amis  Liker, commenter et partager du contenu  Emojis  Algorithme fait en sorte de donner des publications plus susceptible à te faire réagir  Il collecte des données à ton insue : aspire tes données et les envoie à d’autres entreprises | Principe de réciprocité  Réseau participatif  Boucle de rétroaction  Signaux de classement | Valeur boursière de Facebook dépend de la monétisation des données personnelles |
| Candy Crush |  |  |  |
| Instagram | Abonnements, like, notifications, mise à jour  Nombre de vues = récompenses  Envie de découvrir d’autres compte donc on passe plus de temps  Envie de visibilité avec les posts et story | Cela donne du plaisir, envie de rester, de publier, l’impression d’être aimé, d’être connecté  Algo créée en 2016 basé sur les signaux de classement (même que FB)  apprentissage social, vicariant  comparaison sociale, influenceurs, pubs  On veut imiter les influenceurs, accès plus facile  On comprend qui on est, doit résister à l’influence publique et rester soi-même | Faire rester les gens sur Insta pour publier, liker et te cerner plus facilement sur tes hobbies, et envoyer des posts et pubs qui te plaisent  Pour gagner de l’argent  Diffuser de la pubs ciblés |
| YouTube | Tendances  Notifications  Passer les annonces  YouTube Music  YouTube Gaming  Autoplay : vidéo qui s’enchaine comme dans une playlist | Effet Zeigarnik : débuter une tache, puis motivation, puis satisfaction (dopamine). La personne qui n’a pas fini les taches a une vision biaisée (besoin de finir la tache).  Illusion Kanisva  Deep learning : anticipation, prévision de toutes les futures actions d’un utilisateur à partir de données.  Chambre d’écho : Répétition d’un message par différentes sources | Algorithme de deeplearning qui s’adapte en fonction des vidéos visionnées |
| Snapchat | Snap : Photos éphémères  Streak : nombre de journée avec échange de snap et vidéos entre deux amis (petite flamme en bas à droite)  Stories : un ou plusieurs snaps publiés par un utilisateur  Compte abonnement si trop d’abonnés | Effet IKEA : se sentir investit (stickers lors des snaps, etc)  Théorie du don (Marcel Mauss) : Obligation (contrat social) celui qui donne le fait par obligation (inconsciemment).  « Donner, ce n’est pas d’abord donner quelque chose, c’est SE donner dans ce que l’on donne »  Contre don : renvoyer un équivalent de ce que l’on a reçu.  L’aversion à la perte : le plaisir du gain, la peur de la perte, pression, crée un addiction | L’appli est faite pour qu’on soit actif (envoyer un maximum de snap (+ on envoie de snap, plus notre profil augmente)) |
| Uber | Une course : trajet effectué par un chauffeur qui est remunéré en fonction de la longueur de la course  Chauffeur entrepreneur : pas soumis aux directives de Uber (il se gère comme il le souhaite)  Le Nudge : changement de comportement sans imposer des contraintes | Autre course proposée au chauffeur à la fin de sa course | L’objectif chiffré : le conducteur cherche à atteindre une somme d’argent en continuant de faire des courses  Badge en fonction des performances du chauffeur  Boite noire pour avoir un max d’infos sur les chauffeurs pour faire des critères d’attribution pour les chauffeurs (pour les prochaines courses) |
| Twitter | L’escompte Hyperbolique  Le taux d’engagement  L’auto-propagande  Hashtag | Fear Of Missing Out (FOMO) | L’engagement payé n’est pas suivi par l’entreprise  B2B : Business to Business (horaires qui sont meilleurs pour tweeter (13-15h et 17-18h)) |